



WIRTUALNI TERAPEUCI

AKADEMIA MASAŻU I KOSMETOLOGII KOMPLEMENTARNEJ

ELEKTROKOAGULACJA - SZKOLENIE ONLINE

MODUŁ 1

lekcja 3

OPRACOWAŁA MAGDALENA KAMIŃSKA, MARTA JAŁOWIECKA

LEKCJA 3

KARTA KLIENTA

Witamy w kolejnej lekcji. Teraz omówimy sobie kartę klienta, która jest niezwykle ważna i jest to must have każdego salonu. Nasza karta nie jest długa, są salony, gdzie karty są po parę stron. Oczywiście mało kto to czyta, a nam chodzi o to, aby klient wiedział co czyta i co podpisuje.

Imię i nazwisko - my przede wszystkim bierzemy imię, aby nie zwracać się do klienta bezosobowo.

Numer telefonu - tutaj możecie mieć pytania "A po co Pani mój numer telefonu". To trzeba wytłumaczyć, że jest on potrzebny do tego, aby zadzwonić w razie przełożenia wizyty lub opóźnienia. Nie możecie wysłać takiej informacji mailowo, ponieważ ktoś szybciej odczyta SMS niż mail.

E-mail - krótka informacja wysyłana jest SMS, jednak kiedy chcecie wysłać newslettera lub propozycję zabiegu to właśnie wysyłamy mail. Nie możesz wysłać tego SMS, ponieważ gdyby ktoś miał przeczytać długiego sms to nie będzie tego czytał.

Miejscowość - dla nas jest bardzo ważna, ponieważ my prowadzimy SPA hotelowe i jest to ważne, czy nasz gość jest z Trójmiasta czy przyjezdny.

My pracujemy na Versumie, gdzie jest to program typowy dla gabinetów kosmetycznych, gdzie wysyłając newslettera możemy sobie zaznaczyć do których klientów my go wysyłamy.

LEKCJA 3

KARTA KLIENTA

Przykład:

Mamy przez trzy dni promocję na zabieg i wiadomo, że nie wyślemy tego do gości z południa Polski, bo jest mniejsze prawdopodobieństwo, że oni przyjadą na północ skorzystać z tego zabiegu.

W takiej sytuacji wybieramy lokalizację Trójmiasto i okolice.

Tutaj będą punkty, gdzie ten wybór ma rzeczywiście bardzo ważne znaczenie, np. przedział wiekowy.

Przykład:

Masz 20 parę lat i notorycznie odstajecie wiadomości o zabiegach przeciwmarszczkowych, które kompletnie Was nie dotyczą lub nie interesują. Prawdopodobieństwo wypisania się z takiego newslettera jest duża, tym samym firma traci z Wami kontakt.

Dlatego znajomość klientów pod kątem przedziału wiekowego jest bardzo ważna, abyś dobrze dobrała/dobrał treść newslettera.

Data urodzenia - Nasi klienci otrzymują od nas w dniu urodzin prezent, więc z tego względu prosimy o datę urodzenia.

Przeciwwskazania - Ten punkt jest bardzo ważny, żebyś Ty mogła/mógł wiedzieć czy dany zabieg można wykonać. Jeżeli klient nie wypełni tego zgodnie z prawdą, a coś się stanie to również jest Twoja obrona.

LEKCJA 3

KARTA KLIENTA

Kolejne dwa punkty są typowo marketingowe - i służą Wam, jako terapeutą po to, aby zwiększyć swoją stawkę godzinową.

W tabelce są wypisane różne dolegliwości, i chodzi o to, aby klient zaznaczył z czym się boryka, jaki ma problem, który jest dla niego ważny.

Musimy sprawdzić, jakie defekty są ważne dla niego, a nie dla nas.

Np. Lwia zmarszczka nie koniecznie jest dla niego problemem, ale naczynka już tak.

Następny punkt ma Ci pomóc sprzedać pielęgnację domową.

Czyli klient zaznacza co używa, a czego nie oraz uświadomienie go, jak ważna jest pielęgnacja domowa.

Przykład:

TONIC, jeżeli klientka tego nie zaznaczyła to kosmetolog może się wykazać i wytłumaczyć, jak ważne jest używanie go.

Musisz pamiętać o tym, że to klient głównie dba o swoją cerę podczas pielęgnacji domowej.

Dosprzedając mu pielęgnację domową możesz również podwyższyć swoją stawkę godzinową.